

メルマガマスター講座

5.振り返り

メルマガとはメディア

メルマガの目的

絆作り、ファン作り。
最終目標は、商品の販売だとしても、そこに向かうまでには、絆作りが不可欠

ブランド作り

ファンの数。
価値あるブランドは、熱狂的なファンに支えられている。
カッコいいロゴ、立地の良い事務所、高級な内装自体が、ブランドではない。

影響力

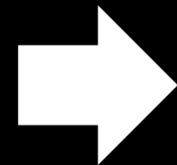
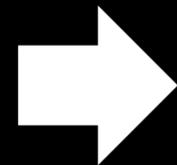
何かを販売したいと思った時に、購入してくれるファンの数や売上の額の大きさ。

テレビ、メルマガの対比

テレビ

番組を作る

CMを流す



メルマガ

メルマガを作る

販売メールを流す

メルマガをメディアにする 8つの理由

メルマガを
メディアにする理由

1

コストが安い

Emailの場合、限りなくゼロに近い

メルマガを
メディアにする理由

2

毎日送れる

ザイオンス効果、単純接触効果
接触頻度が多ければ多い程
好感を持つという心理

メルマガを
メディアにする理由

3

自分への 戒めになる

読者に良い事を送るという事は
自分への反省になる

メルマガを
メディアにする理由

4

自分の 成長速度が上がる

教える人が一番勉強になる

メルマガを
メディアにする理由

5

コンテンツの 再利用ができる

色々な媒体への転用

メルマガを
メディアにする理由

6

メディアを 制する者は ビジネスを制する

メディアを持つことは
大きなコントロールを
手にすることができる

メルマガを
メディアにする理由

7

売りやすい状況が 作れる

同じような商品はたくさんある
何を買うかではなく誰から買うかが
重視されている

メルマガを
メディアにする理由

8

無形資産が 増える

ビジネスで最も重要な資産が
増え続けていく

面白いメディアを作る 6つのポイント

面白いメディア
を作る方法

1

コンテンツと CMのバランス

メルマガはメディア。番組作り
CMばかりのメディアや番組はない

面白いメディア
を作る方法

2

教育は ほどほどに

極端な話、教育しなくていい
メルマガを読んでも
顧客は解決はできない
半分 エンタメ、半分 教育

面白いメディア
を作る方法

3

間違うことを 恐れな

言い換えれば、不完全さを見せる
完璧なものには、親しみをかんじられない
欠点を出した方が、親しみを感じる

面白いメディア
を作る方法

4

ワンパターン 現状維持はNG

つまらなさを生み出す元凶はコレ

面白いメディア
を作る方法

5

毎日書く！
毎日発信する！

書くことを作りにいく
気付けるようにする

面白いメディア
を作る方法

6

誰が視聴者かを 決める

書けない原因は
誰に書くかを決めていない

メルマガを書く 5つのステップ

メルマガを書く5つのステップ

ステップ1

ネタ

ステップ2

本文

ステップ3

件名

ステップ4

編集

ステップ5

配信

本文の構成

覚えるべき 2 種類の構成

ストーリー

1. (オープニング)
2. ストーリー
3. スイッチ・コンテンツ
4. クロージング、PS

コンテンツ中心

1. Why
2. What
3. How
4. What if~

送信者名

送信者名の考え方

個人

元々EメールやLINEは、個人間のコミュニケーション。個人名からでOK。

個人ベースのサイズで拡張しないなら、これ以上ない。ベスト。

迷惑メールにならない王道。

ブランド名

メディアを作ると考えると、番組名=ブランド名

ブランド名

「笑っていいとも！」

会社名

「フジテレビ」